

En portada Ni un euro para cañas

ADIÓS A LA CULTURA DE BARRA

El sector de la hostelería ha visto reducir su clientela casi a la mitad en un año. Bares y restaurantes de todo Aragón viven su peor verano y temen la subida de impuestos de septiembre

Pasada la resaca de las fiestas de San Lorenzo, los hosteleros de la ciudad vuelven a la normalidad y hacen balance. Seis jornadas en las que el consumo ha descendido a pesar de la contención de los precios y las ofertas especiales. Al igual que en Huesca, las fiestas de La Vaquilla en Teruel supusieron para la ciudad una gran afluencia de gente, pero sin una repercusión directa en el consumo. Por esta razón, los bares y restaurantes de Zaragoza se preparan para unas fiestas del Pilar que se prevén, cuanto menos, 'low cost'.

Desde 2007, año previo al inicio de la crisis, el descenso del consumo en bares y restaurantes ha llegado hasta el 35%, una caída que para muchos hosteleros está causada por los anuncios y ejecución de recortes y la reducción de salarios. El temor a la subida de precios de septiembre, la ley antitabaco y el descenso en el turismo son otras de las razones.

Esta tendencia en el consumo de la hostelería, algo inconcebible en un país como España, comenzó a principios de año y se ha dejado notar especialmente en el mes de julio, cuando los empresarios han experimentado un descenso de entre el 30% y el 50%, en comparación con el mismo periodo del año pasado, según asociaciones y empresarios. «El descenso en la facturación ha sido paulatino, mes a mes, pero desde abril la caída ha ido en picado» señala Roberto Pac, presidente de Asociación Provincial de Empresarios Hosteleros y de Turismo de Huesca, sensación en la que coinciden el resto de agrupaciones y empresarios. Un descenso que se ha hecho más evidente en el cam-

po de la restauración con caídas de hasta el 70%. «Los restaurantes están ahora mismo en la UVI, especialmente los de nivel medio y alto» comenta Fernando Cánovas desde la asociación de Teruel. «La gente ya no va a la carta y se ha tenido que modificar la oferta y comenzar a ofrecer menús cerrados que la gente pueda compartir» indica Cánovas.

Ante la ausencia o no de clientes en los bares, y especialmente en las terrazas, las sensaciones varián dependiendo de la ciudad donde se pregunte. Desde la asociación de Zaragoza señalan la falta de gente, provocada por el descenso del turismo, como el principal problema. «El turismo ahora es peculiar. Los visitantes vienen con paquetes programados y solo llegan a las zonas del centro», se lamenta Pedro Jiménez, presidente de la Asociación de Cafés y Bares de Zaragoza.

En cambio, desde Teruel comentan que la clave de esta situación radica, no tanto en la afluencia de personal en las barras, como en el consumo que hacen una vez allí. «Si antes la gente en una terraza pedía varias consumiciones, ahora la tendencia es hacer una 'sentada'. La gente está toda la tarde en una mesa y solo consumen un café por cabeza, algo que no ocurría en los veranos anteriores» indica Cánovas.

CON O SIN TERRAZA

Los establecimientos hosteleros se dividen en dos grupos: los que tienen terraza y los que la desean. Esta separación creció a raíz de la ley antitabaco y la crisis la ha acentua-



ANTONIA ESCUSA
Bar Teruel (Teruel)

«Tendremos que abandonar, sin terraza no se puede sobrevivir»

Antonia Escusa tiene 55 años, hace más de dos décadas que trabaja en el sector de la hostelería y desde el año 2000 es la dueña del Bar Teruel en la capital bajoaragonesa. Tras toda una vida detrás de la barra, la crisis y la «estricta normativa» están haciendo que se replantea el futuro de su negocio. «Llegará el momento en que no podremos aguantar más, la situación explotará por tantos recortes y subidas, y nos cansaremos» señala Antonia, que ha visto cómo en los últimos seis meses la caída del consumo en su bar ha llegado hasta el 50%. «Hemos pasado de servir en un día a 110 comensales a no llegar ni a la mitad», confiesa. En su caso, la situación se agrava al no poder contar con una terraza que fomente el consumo y que ayude a combatir la ley antitabaco. «Las normativas de la Administración nos están ahogando cada vez más. En nuestro caso el Ayuntamiento no nos permite tener una terraza por las características de la calle». Una prohibición que, según Antonia, «nos está matando porque un bar sin terraza no puede respirar. Los clientes quieren fumar mientras se toman un café o una copa después de comer». Una normativa que para Antonia ha hecho que «la barra esté vacía durante horas, algo inaudito en otro tiempo».



AZUCENA LARIO
La Republicana (Zaragoza)

«La crisis no llegó hasta 2012, pero la caída ha sido brutal»

La Republicana, situado en el Tubo zaragozano, abrió sus puertas hace 29 años. En estas tres décadas de dedicación nunca han visto «una situación de falta de trabajo y clientes como la actual», comenta su encargada, Azucena Lario. «Aquí la crisis no llegó hasta el año 2012, los primeros meses el descenso fue paulatino pero en mayo la caída en la recaudación fue brutal». En estos tres últimos meses, «los peores de todo el año», el consumo en este establecimiento se ha reducido hasta en un 50%, tanto en el número de clientes como en el consumo general. Una situación que ha mejorado en las primeras semanas de agosto, gracias a la llegada del turismo tanto nacional como extranjero, «ahora estamos empezando a notar que estamos en verano porque, por fin, vemos a turistas por esta zona de la ciudad». Al igual que el resto, este establecimiento trata de incentivar el consumo de diversas maneras para así diferenciarse del resto de la competencia. «Ofrecemos con cada consumición un pincho especial que otros bares no tengan para atraer a la gente a nuestra barra y contenemos los precios de los productos. No se han incrementado desde 2008 y tampoco se hará en septiembre con la subida del IVA».

Texto
ISABEL S. SOBALER
Fotos
ASIER ALCORTA
RUBÉN VILLÉN
FERNANDO PAÜLES
JORGE ESCUDERO



ANTONIO IGARZA
El Fuelle (Zaragoza)

«Tratamos de mejorar cada día e intentar mantener los precios»

A pesar del descenso de un 30% en el consumo y en la afluencia de clientes en el mes de julio, si se compara con el mismo mes del año anterior, Antonio Igarza, uno de los socios del restaurante zaragozano El Fuelle, se muestra optimista con el futuro: «Aunque no esperamos un agosto como los pasados, ya hemos empezado a trabajar mejor que en julio. Hemos notado cierta mejoría, creo que saldremos adelante y empezaremos a trabajar mejor que en los meses pasados». La filosofía de este establecimiento es, como repite una y otra vez Antonio, «mejorar y mejorar cada día la calidad de la carta y los productos pero siempre intentando que los precios se mantengan». Con esta idea fija en la cabeza, El Fuelle ha logrado que su restaurante mantenga un flujo de clientes constante, aunque durante julio haya descendido por la bajada del turismo exterior en la ciudad, «el mes pasado vino menos turista extranjero y se notó la caída, especialmente de clientes italianos e ingleses». Antonio recuerda cómo «en los veranos anteriores el comedor era una locura», un cambio que se ha notado en su plantilla, «hemos pasado de trabajar 26 personas en 2008, a solo estar 20 trabajadores». La caída se ha notado más en la barra, donde «la gente ya no consume, porque no existe la cultura de tapeo de antes».



ENCARNA GARCÍA
Bar El Tapeo (Huesca)

«En año y medio hemos tenido que despedir a cuatro personas»

Encarna García, dueña del bar oscense El Tapeo desde hace 10 años, califica como «horroso» los primeros meses de 2012, en los que se ha sufrido una reducción en las ventas del 70%. Para Encarna la causa de la caída del mes de julio, que ha sido «mortal», se debe, además de a la crisis, a «las políticas del Ayuntamiento de Huesca, que ha gastado los impuestos de todos solo en fomentar el consumo en el centro de la ciudad, organizando todos los eventos de junio y julio en estas zonas y olvidando a los bares que están en los barrios, que este verano han estado desiertos». Una situación que se ha repetido, según Encarna, durante las fiestas patronales de San Lorenzo, en las que «el Consistorio ha localizado todo de nuevo en el centro de manera exagerada y nosotros no hemos podido hacer nada de caja porque estábamos fuera del mundo. Lo que no estuviera en la zona céntrica de Huesca no ha existido y esta es una ciudad muy pequeña que debe aprovechar esta característica para fomentar que la gente también se mueva por los barrios, y así todos podamos hacer una fuerte caja durante las fiestas». Desde El Tapeo, su dueña señala que se hecho de todo para que «los clientes sigan consumiendo pero está claro que de donde no hay no se puede sacar».



ANTONIO FUERTES
Mesón del Óvalo (Teruel)

«Hemos rediseñado la carta para adaptar el servicio a la situación»

El turolense Antonio Fuertes es ya la tercera generación de hosteleros de su familia, y ha visto cómo desde hace unos años el sector de la hostelería ha cambiado. «Ahora hay muchas diferencias, tanto en el modo de servir como en el trato con el cliente o sus demandas». Por esta razón y golpeados por la crisis, que ha provocado un descenso de un 20% en la recaudación solo durante el mes de julio, este restaurante se ha visto obligado a modificar la carta para poder dar un servicio que se adapte a la actual situación económica. «Hemos cambiado la carta de platos por raciones y tapas que la gente pueda compartir y así gastar menos, además de ofrecer un menú diario cerrado a un precio asequible». Para este establecimiento existen dos pilares fundamentales que en la actualidad están manteniendo a flote su negocio: el turismo y la terraza. «Los turistas que llegan a la ciudad son el motor para el sector de la hostelería en estos momentos, al igual que la terraza por la noche cuando la gente toma más copas después cenar». La llegada de septiembre será un mes especial para este restaurante, que espera mejoría del consumo gracias a la Fiesta del Jamón y Motorland, pero prevé un incremento en los precios por la subida del IVA, «al estar trabajando ya con márgenes muy ajustados».



JULIO CORED
Restaurante Juliana (Huesca)

«Los cafés y las copas han descendido hasta el 80%»

El buen tiempo y el largo puente del 15 de agosto, que este año cayó en miércoles, han sido las claves, que según Julio Cored, han hecho que en estas fiestas de San Lorenzo la recaudación y el consumo en su establecimiento (otros hosteleros han dado datos más negativos) hayan sido mejor que en años anteriores. «El fin de semana ha sido muy bueno, hicimos caja después de varios meses de caídas». Este establecimiento pertenece a un grupo de socios dueños también del restaurante Las Torres, una larga trayectoria en el sector de la hostelería en la que nunca habían visto «un caída similar». El descenso en este caso ha sido de entre el 30% y el 40%, especialmente en el servicio de cenas y el consumo en barra. «Las noches en este restaurante son la muerte, la crisis unida a la ley antitabaco ha hecho que los extras como las copas y los cafés de después de comer hayan descendido en un 80%». Ante la llegada del temido mes de septiembre, Julio asume que no podrán «contener más los precios al estar trabajando con márgenes de beneficios mínimos en estos momentos», lo que provocará que ya no puedan asumir más subidas y tras «cinco años sin retocar los precios del restaurante» se verá obligado a incrementarlo. «Llega un momento en el que no puedes aguantar más».

ANTONIO CASAO
Colegio de Economistas de Aragón

Reducir costes y ser positivo

La reducción del gasto del consumo en el ocio, al ser este un sector «prescindible» para la sociedad, como señala Antonio Casao, vocal de la Junta del Colegio de Economistas de Aragón, está haciendo que «el crecimiento económico se frene, al igual que la contratación de personal en un sector esencial para España». En su opinión, la clave para incentivar el consumo se debe basar en dos aspectos: la mejora de los precios y la oferta en la hostelería, y la creación de un ambiente optimista en la sociedad de cara al futuro. «El sector se debe organizar y unirse para afrontar de forma conjunta los gastos de producción y promoción, y así reducir los costes, consiguiendo crear una oferta más competitiva que los diferencia de otras ciudades y atraiga al turismo». Esta unión debe de ir acompañada un ambiente positivo que genere confianza y seguridad en la sociedad, «sin engañar y siendo realista pero con expectativas positivas».

do. «Poder servir en la calle se ha convertido en la salvación para el sector. Aunque un cliente sentado siempre consume menos, las terrazas están logrando mantener los puestos de trabajo del sector y esquivar la prohibición de fumar. Ahora mismo son lo único que funciona», asegura Pedro Jiménez. La necesidad de tener una terraza por parte de los establecimientos se demuestra con el aumento de estas en dos años. Solo en Zaragoza se ha pasado de tener unos 1.500 veladores en el año 2010, a duplicar la cantidad, hasta alcanzar los más de 3.000 en 2012.

MIRANDO A SEPTIEMBRE

La hostelería espera con recelo la llegada de septiembre, que traerá el incremento en dos puntos del IVA, que alcanzará el 10%. Muchos establecimientos se plantean asumir la subida, aunque las asociaciones advierten de que la repercusión en los precios será variable dependiendo del local y de los servicios que ofrezca. Todos coinciden en que, a la larga, los precios variarán ante la imposibilidad de asumir toda la subida impulsiva. «A corto plazo no habrá subida, pero pasados los meses la rentabilidad que se obtendrá será muy estrecha y tendrán que incrementarse los precios» señala José Luis Izuel, presidente de la Federación de Empresarios de Hostelería de Zaragoza (Horeca). Algo que para la asociación de Huesca «obligará a los dueños de los locales a reciclar al máximo y a ser más creativos que en estos momentos, como única alternativa a la crisis».